



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL CONCESIONARIO DE ALIMENTOS DE LAS INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS PRIVADAS EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Autores:

Bach. Lizbeth Coronel Quilca

Bach. Yessica Mariela Toledo Aldazabal

Asesor:

Mg. Ramiro Rondón Tamayo

Lima - Perú

2018

DEDICATORIA

Dedicatoria a mi asesor, quien se ha tomado el arduo trabajo de transmitirme sus conocimientos para lograr mi meta.
Muchas gracias, Prof. Rondón.

Lizbeth Coronel Quilca.

Quiero dedicar este trabajo principalmente a Dios quien guía mi camino y a mis padres los cuales son mi fortaleza y el valioso apoyo de mi asesor Prof. Rondón.

Yessica Mariela Toledo
Aldazabal.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias Dios y a mi abuelita Marina quien siempre estuvo guiando mis pasos, mis hermanos Lucas y Katy quienes siempre me dieron su apoyo y a mis padres que siempre estuvieron dándome la mano.

La ayuda que me has brindado ha sido sumamente importante, estuviste a mi lado inclusive en los momentos y situaciones más difíciles, siempre ayudándome. No fue sencillo culminar con éxito este proyecto, sin embargo, siempre me decías que lo lograría perfectamente.

Me ayudaste hasta donde te era posible, incluso más que eso, muchas gracias, Max.

Lizbeth Coronel Quilca.

Quiero agradecer a mi madre por el apoyo incondicional que me ha brindado en toda esta etapa y a Marco Antonio por impulsarme a empezar este camino que llevo a lograr mi objetivo.

Yessica Mariela Toledo Aldazabal.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
TABLA DE CONTENIDO.....	4
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN.....	7
1.1. Realidad Problemática	9
1.2. Formulación del problema.....	15
1.3. Objetivos	15
1.3.1. Objetivo General	15
1.3.2. Objetivos específicos.....	15
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	17
2.1. Tipo de investigación	17
2.2. Población y muestra.....	17
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	21
2.4. Procedimiento	21
CAPÍTULO III. RESULTADOS	22
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	34
REFERENCIAS.....	39
ANEXOS	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla n.º 1. Determinación de comensales.	18
Tabla n.º 2. Expertos participantes en validación de instrumento.....	12
Tabla n.º 3. Prueba de congruencia de expertos.....	13
Tabla n.º 4. Resultado del indicador de Comodidad de las instalaciones y limpieza.	24
Tabla n.º 5. Resultado del indicador de Empleados con apariencia pulcra.....	25
Tabla n.º 6. Resultado del indicador de Equipos de comunicación e infografía atractivas con detalles precisos.	25
Tabla n.º 7. Resultado del indicador de Soluciones sinceras de los problemas de los clientes. ...	26
Tabla n.º 8. Resultado del indicador de Realización del servicio bien a la primera vez.....	278
Tabla n.º 9. Resultado del indicador de Conclusión del servicio en el tiempo adecuado.	27
Tabla n.º 10. Resultado del indicador de Empleados comunicativos.	28
Tabla n.º 11. Resultado del indicador de Rapidez de servicio y calidad según necesidades.	20
Tabla n.º 12. Resultado del indicador de Empleados con disposición a ayudar a sus clientes.	20
Tabla n.º 13. Resultado del indicador de Atención en forma individualizada a los clientes.	30
Tabla n.º 14. Resultado del indicador de Horarios flexibles y adaptados a los clientes.....	312
Tabla n.º 15. Resultado del indicador de Comprensión de las necesidades específicas de los clientes.	31
Tabla n.º 16. Resultado del indicador de Empleados que transmiten confianza a clientes.	32
Tabla n.º 17. Resultado del indicador de Seguridad en las transacciones de los clientes.....	33
Tabla n.º 18. Resultado del indicador de Conocimientos para responder con claridad y en forma precisa.	334

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura n.º 1. Calculo estadístico para determinar la muestra.	20
Figura n.º 2. Dimensión de mayor incidencia.....	23
Figura n.º 3. Nivel de Tangibilidad	24
Figura n.º 4. Nivel de Confiabilidad.	26
Figura n.º 5. Nivel de Capacidad de respuesta.....	28
Figura n.º 6.. Nivel de empatía.....	30
Figura n.º 7. Nivel de Seguridad.	32

RESUMEN

Este trabajo de investigación descriptiva se enfoca en la calidad de servicio en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018. El objetivo principal es determinar el nivel de las dimensiones de mayor incidencia, del cual se ha tomado como muestra los estudiantes que trabajan y con horario de fin de semana de las sedes de universidades privadas en el distrito de Los Olivos (UPN, UCV, UCH), dando un total de 4000 alumnos, la obtención de la información se dio a través de encuestas que fueron realizadas mediante el cuestionario Servqual, que fue dirigida a 351 alumnos que consumen en el concesionario de alimentos, para obtener dichos datos se realizó el cálculo de muestra del método estadístico de la Contraloría de la República. Se obtuvo como resultado que el nivel de dimensión con mayor incidencia es Tangibilidad que dio un total de 1171 puntos, seguido de empatía con 1183 puntos, seguridad 1194 puntos, confiabilidad 1259 puntos y por último capacidad de respuesta quien obtuvo un total de 1393 puntos. Se recomienda tener mayor consideración con respecto a la dimensión de capacidad de respuesta.

Palabras clave: Calidad de servicio, Concesionario, Instituciones universitarias privadas, Tangibilidad, Seguridad, Empatía, Confiabilidad, Capacidad de respuesta.

ABSTRAC

This descriptive research work focuses on the quality of service in the food concessionaire of private university institutions in the district of Los Olivos 2018. The main objective is to determine the level of the dimensions of highest incidence, which has been taken as shows the students who work and weekend hours of the private university headquarters in the district of Los Olivos (UPN, UCV, UCH), giving a total of 4000 students, obtaining information was given through surveys which were made through the Servqual questionnaire, which was directed to 351 students who consume at the food concessionaire, to obtain said data, the sample calculation of the statistical method of the Comptroller of the Republic was made. It was obtained as a result that the level of dimension with the highest incidence is Tangibility, which gave a total of 1171 points, followed by empathy with 1183 points, security 1194 points, reliability, 1259 points and, finally, response capacity, who obtained a total of 1393 points. It is recommended to have greater consideration with respect to the dimension of responsiveness.

Key words: Quality of service, Concessionaire, Private university institutions, Tangibility, Security, Empathy, Reliability, Responsiveness.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

La calidad de servicio no es un tema nuevo dentro de las empresas, ya que desde siempre han existido los clientes, por lo tanto, también ha existido el servicio de atención al cliente, cada trueque de bienes y servicios que se realizaba era de manera presencial, por lo tanto, cada negociante conocía a cada uno de ellos y sus gustos personales. La responsabilidad de cuidar a los clientes se ha mantenido de manera continua, pero el cómo se lleva eso a cabo ha cambiado al transcurrir de los años, afirmó (Jiménez, 2017).

Se ha determinado que la calidad es la creación de valor y satisfacción para el cliente (Armstrong & Kotler, 2008); es un tipo de bien económico ya que, se podría decir que todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios (Fisher y navarro, 1994).

Según (Armstrong & Kotler, 2008) los servicios son una manera de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones ofrecidos a la venta y son prácticamente intangibles ya que no tienen como consecuencia la compra de la propiedad de algo, es por ello que;(Lovelock, 1983) afirma que los servicios no pueden ser comprobados por el consumidor antes de su compra, por lo tanto, no puede asegurar su calidad, convirtiendo esta acción en un resultado.

Para poder medir la calidad de servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio se utiliza el modelo Servqual, el cual se publicó por primera vez en el año 1988 y se ha experimentado una constante mejorado desde entonces; es una técnica de investigación comercial es cual permite conocer factores incontrolables e impredecibles de los clientes. El Servqual proporciona información detallada sobre; opiniones del cliente, sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes de mejoras en ciertos factores, impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los clientes. También este modelo es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones (Matsumoto, 2014).

Este trabajo de investigación se enfoca en el sector universitario, ya que los estudiantes universitarios pasan la mayor parte del tiempo en estas instituciones, muchos incluso trabajan y no cuentan con tiempo necesario para poder consumir sus alimentos, es por ello que de acuerdo a las experiencias vividas hemos decidido realizar una investigación descriptiva acerca de la calidad de servicio por parte de la concesionaria de alimentos de las instituciones universitaria en el distrito de Los Olivos 2018.

Antecedentes Internacionales

Silva (2013) en su trabajo de investigación titulado: “Diseño de un sistema de mejoramiento y medición continua de calidad de servicio para restaurantes”; para optar el título de Ingeniero Civil Industrial en Chile, manifiesta que el presente trabajo tiene como objetivo diseñar una metodología genérica de mejoramiento y medición continua de calidad de servicio para restaurantes. Principalmente, la metodología implementada para concretar el objetivo de este trabajo se enfoca en diseñar, implementar y evaluar sistemas MMEDCAL piloto en tres restaurantes: CasaMar, Blue Jar y La Perla del Pacífico, a través de un trabajo en conjunto y de apoyo en cada uno de los restaurantes mencionados, permitiendo que sea la organización misma la responsable de co-diseñar los sistemas MMEDCAL a implementar. Finalmente, sólo en el caso del restaurant Blue Jar se concretó el diseño e implementación de un sistema MMEDCAL piloto, sin embargo, a través de los aprendizajes obtenidos de ésta y las experiencias en CasaMar y La Perla del Pacífico, en conjunto a otros desarrollos MMEDCAL realizados en proyectos previos, aportaron al diseño genérico MMEDCAL para restaurantes, en términos de cómo se deben presentar este tipo de metodologías a los dueños, cómo organizar al personal de atención, si existen las condiciones y compromiso para participar de un proyecto piloto y cuál es el nivel de conciencia respecto del servicio que se extrae al abordar estos sistemas en la organización de un restaurant. No obstante, se debe señalar que esta metodología propuesta se debe interpretar como una base y herramienta para optimizar la experiencia gastronómica, la cual debe ser adaptada a las condiciones en que cada establecimiento se desenvuelve.

(Lopez, 2018) En su trabajo de investigación titulado: “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”; para optar el título de Magister en Administración de empresas en Ecuador, El presente trabajo de investigación, es un estudio de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta

inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación titulado: "Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger diner de Gualan, Zacapa."; para optar el título de Administradora de empresas en Guatemala, manifiesta que La presente investigación se realizó en el restaurante Pizza Burger Diner ubicado en Gualan, Zacapa; con el objetivo de evaluar la calidad del servicio al cliente. La evaluación de la calidad del servicio se realizó mediante el método ServQual, con el que se identificó el índice de calidad del servicio y las brechas de insatisfacción de los clientes según las diferencias entre las expectativas y percepciones. Además, se realizó una evaluación 360 grados para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante. El instrumento diseñado constó de 22 preguntas para medir percepciones y otro de 22 preguntas para medir expectativas. Entre los principales resultados obtenidos a través de la investigación se encuentra una caracterización de los clientes, con la que se determinó la frecuencia de los clientes, la procedencia y los medios publicitarios que mejores resultados han dado. Se determinó un índice de calidad del servicio de -0.18, lo cual indica que las expectativas de los clientes no superan las percepciones por lo que según el método ServQual no existe calidad en el servicio. Se determinó que las brechas de insatisfacción son negativas. Con la evaluación 360 grados se determinó que existen discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan. Por último, se plantea una propuesta de acciones que tienen como propósito reducir las brechas de insatisfacción encontradas para cada variable.

Antecedentes nacionales

Solís (2017) en su trabajo de investigación titulado: "Mejora de la Calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos 2017"; para optar por el título de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales en Lima-Perú, manifiesta que la presente investigación tiene como objetivo principal proponer un plan de mejora en calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos, 2017, considerando que día a día las empresas incrementan su interés hacia la excelencia, en la calidad de sus productos o servicios; dada la necesidad de adaptarse constantemente a los cambios, es por ello, que se propone

implementar herramientas que faciliten una excelente calidad de servicio. En la investigación se utilizó el sintagma holístico, enfoque mixto, de tipo proyectiva con diseño transversal no experimental; el tamaño de la muestra se trabajó con 30 clientes de ambos sexos del distrito de Los Olivos, para el efecto, se les aplicó el cuestionario para los clientes del restaurante la Posada Del Pez y la entrevista dirigida al gerente, administrador y trabajador del restaurante; lo cual, permitió facilitar el desarrollo de la propuesta para dar solución a los problemas identificados en la empresa. El problema identificado está relacionado con el servicio al cliente y fidelización, para dar solución se plantean actividades para mejorar la calidad de servicio, lo cual consistió en elaborar un manual de organizaciones y funciones, en el cual, se detallan las tareas a realizar por cada área funcional, así mismo, se propone un programa para fidelizar al cliente e incrementar las ventas y obtener mayor rentabilidad, además talleres de capacitación para mejorar la atención al cliente y brindar un servicio personalizado y la remodelación del establecimiento, y por último, se propone motivar al personal y comprometerlo en la mejora día a día realizando el correcto uso de los procesos establecidos brindando un servicio de calidad.

Vargas (2016) en su trabajo de investigación titulado: “Planificación del sistema de gestión de la calidad basada en la norma iso 9001:2008 para una empresa concesionaria de alimentos”; para optar el título de Ingeniero en Gestión Empresarial en Lima - Perú, La investigación tiene como objetivo mejorar el desempeño de la organización, controlar los niveles de inocuidad de los productos y facilitar el control de las operaciones. Las herramientas utilizadas fueron: - Matriz EFE, EFI, matriz del perfil competitivo (MPC) y el análisis FODA: Se analizó el entorno para conocer los factores que condicionan el desempeño de la empresa - Lista de verificación con base en la norma ISO 9001:2008: Su aplicación permitió determinar la situación de la empresa con respecto a los requisitos de la norma. - Encuesta de estimación de los costos de calidad (IMECCA): Permitted identificar la tendencia de los costos de la calidad en la empresa. Con la participación de la Alta Dirección (Gerencias) y el responsable de RR.HH. se logró realizar el análisis interno y externo de la empresa, permitiendo el establecimiento de la política y objetivos estratégicos necesarios para la posterior determinación de la política y objetivos de la calidad. A partir de los resultados obtenidos tras la aplicación de la Lista de Verificación, se determinó que la empresa presenta un nivel de cumplimiento muy deficiente de los requisitos de la norma, es decir, no existen evidencias de que sus operaciones estén respaldadas por un 2 Sistema de Gestión de la Calidad. En cuanto a los resultados de la aplicación de la Encuesta de Estimación de los Costos de la Calidad, se obtuvo que la gestión de la empresa está orientada principalmente a la evaluación y fallos, destinando pocos esfuerzos en la prevención de la calidad.

Aparicio & Ávila (2014) en su trabajo de investigación titulado: “Aporte nutricional de los almuerzos brindados por un concesionario a estudiantes universitarios”; para optar el título de Licenciada en Nutrición y dietética en Lima- Perú, tiene como Objetivo: Evaluar el porcentaje de adecuación del aporte nutricional de los almuerzos brindados por un concesionario a estudiantes de 18 a 29 años de una Universidad Privada - Surco. Materiales y método: Se desarrolló un estudio descriptivo prospectivo transversal. Se tomó de los menús (almuerzos) que se elaboran en el concesionario, ubicado en las instalaciones de la universidad por un lapso de seis días. Para la determinación de los valores energéticos y la cantidad de macronutrientes y micronutrientes se realizó el método de pesado directo de los alimentos. Resultados: Se obtuvo como resultados en la muestra evaluada que la energía en los tres tipos de menús del almuerzo sobrepasa en el porcentaje de adecuación. Conclusión: Existe un aporte energético insuficiente (almuerzo) en cuestión de calidad, así como una dieta no equilibrada, haciendo un énfasis en la fibra puesto que presenta valores por debajo de lo recomendable al día.

Definiciones conceptuales

Calidad de servicio

La calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el cliente compara sus expectativas frente a lo que percibe. Es decir, la medición de la calidad se realiza mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa. (Matsumoto, 2014).

Todas las definiciones declaradas por los expertos tienen como propósito satisfacer las expectativas de los clientes, por lo que su definición se dificulta por la manera en el que cada cliente lo percibe. (Cedeño y Carcaces, 2010).

La calidad de servicio es el resultado de una evaluación de calidad frente a lo esperado por el consumidor.

Según Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1985) para poder medir la calidad en el servicio utiliza el modelo de escala de medición SERVQUAL, el modelo se basa en cinco dimensiones de calidad del servicio las cuales son las siguientes:

Elementos tangibles, son todos aquellos elementos físicos que tiene cada empresa para brindar productos y servicios, es decir los equipos, el personal, materiales de

comunicación. Estos elementos brindan un servicio que posteriormente utilizarán los clientes para ver si la calidad brindada por el establecimiento fue positiva o negativa. Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1985).

Fiabilidad, capacidad que tiene el personal para brindar un correcto servicio prometido de forma íntegra y honrada. Las empresas que brindan servicios de alta calidad demuestran que son capaces de cumplir promesas y si dichas promesas son cumplidas el cliente estará dispuesto volver. Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1985).

Capacidad de respuesta, es cuando el personal tiene y brinda disponibilidad y voluntad para ayudar, proporcionando un servicio rápido y eficiente. El cliente es y será siempre lo fundamental para una empresa, es por esa razón que los empleados de las empresas deben atenderlos de inmediato, ya que de esa manera no solo gana el cliente sino también la empresa. Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1985).

Empatía, es brindar una atención personalizada, estar siempre atentos y comprometidos con los clientes. Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1985).

Seguridad, son los conocimientos y atención que manifiestan los empleados para demostrar las destrezas que tienen y así inspirar credibilidad, confianza y familiaridad hacia el cliente. Las empresas siempre deben ofrecer respaldo a los clientes, mostrando interés. Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1985).

Este modelo ayuda para la medición de la calidad de servicio, por lo que se procede en determinar el nivel de los indicadores de mayor incidencia en la calidad de servicio en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.

Con respecto al modelo Servqual, cabe destacar que la dimensión confiabilidad está asociada a la necesidad y expectativa del cliente, basada en la naturaleza del producto aspectos de calidad, procedimiento, etc. para que sea un producto diferenciado para cubrir las expectativas del cliente

1.2. Formulación del problema

Problema General:

¿Cuáles son las dimensiones de mayor incidencia en la calidad de servicio en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018?

Problemas específicos:

¿Cuál es el nivel del indicador de tangibilidad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018?

¿Cuál es el nivel del indicador de confiabilidad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018?

¿Cuál es el nivel del indicador de capacidad de respuesta en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018?

¿Cuál es el nivel del indicador de empatía en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018?

¿Cuál es el nivel del indicador de seguridad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General:

Determinar el nivel de las dimensiones de mayor incidencia en la calidad de servicio en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.

1.3.2. Objetivos Específicos:

Determinar el nivel del indicador de tangibilidad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.

Determinar el nivel del indicador de confiabilidad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.

Determinar el nivel del indicador de capacidad de respuesta en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.
Determinar el nivel del indicador de empatía en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.

Determinar el nivel del indicador de seguridad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

La investigación es Cuantitativa ya que “se dedica a recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas, los resultados obtenidos van a brindar una realidad específica a la que estos están sujetos”. (Sarduy, 2006)

Es descriptivo ya que nos permite llegar a conocer las situaciones y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. (Van & Meyer, 2006)

Es Transversal porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017).

2.2. Población y muestra

Se ha tomado como muestra los estudiantes de las sedes de universidades privadas en el distrito de Los Olivos (UPN, UCV, UCH), dando un total de 4000 alumnos, la obtención de la información se dio a través de encuestas, que fue dirigida a 351 alumnos que consumen en el concesionario de alimentos, para obtener dichos datos se realizó el cálculo de muestra del método estadístico de la Contraloría de la República.

Población

La población es el conjunto total de individuos que poseen algunas características comunes en un lugar y momento determinado, en este caso las instituciones universitarias privadas Wigodski (2010).

La población para este estudio está conformada por todos los estudiantes del programa para adultos que trabajan de las instituciones universitarias privadas del distrito de Los Olivos (UPN, UCV, UCH), según información de los propios estudiantes ya que son éstos los que consumen en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias

las cuales atienden de acuerdo con el siguiente cuadro, en el siguiente cuadro se refleja la cantidad de estudiantes aproximadas.

Tabla n.º 1. Determinación de comensales.

	2018-1
UPN	1300
UCV	1300
UCH	1400
TOTAL, ESTUDIANTES	4000

Fuente: Elaboración propia.

Con la información obtenida se determinó que la concesionaria de alimentos de las instituciones universitarias privadas del distrito de Los Olivos cuenta con un aproximado de 4000 comensales los cuales serán tomados como la población de la investigación.

Muestra

“La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población” Wigodski (2010); se realizó la toma de muestra de manera presencial a través de encuestas en las universidades (UPN, UCV, UCH), La herramienta utilizada fue el programa en XLS que proporciona la Contraloría General de la República para cálculo de muestras; dándonos un total de 351 alumnos con un margen de error al 5% y nivel de confianza del 95%.

Para hallar la muestra se realizó un muestreo probabilístico ya que se quiere reducir al mínimo el tamaño del error en las predicciones, asimismo, Baptista, et al. (2010) refiere que al ser probabilístico es necesario utilizar una prueba estadística.

La siguiente fórmula corresponde al muestreo probabilístico aleatorio simple para población finita:

$$n = \frac{Z^2 N pq}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

N= (población)

Z= (nivel de confianza)

P= (probabilidad de que ocurra un evento p)

Q= (probabilidad de que ocurra un evento q)

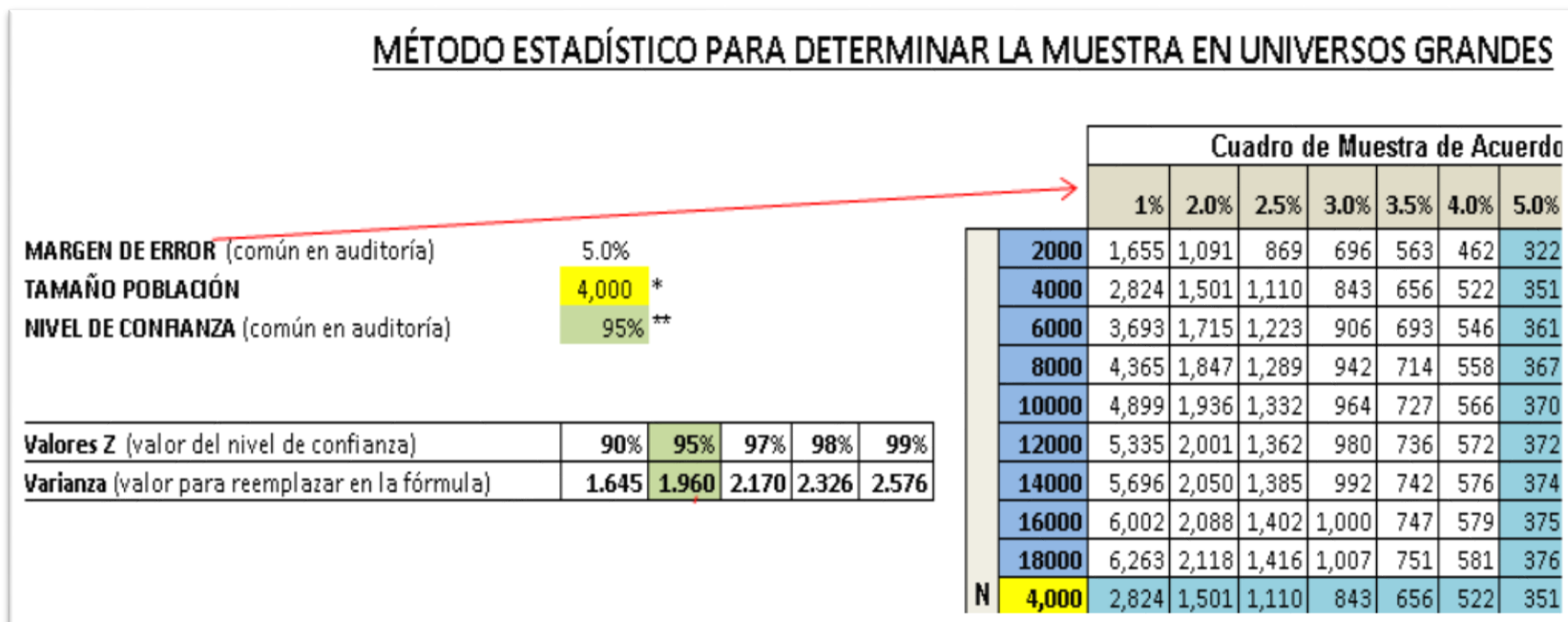
E= (margen de error)

Reemplazando:

$$n = \frac{1.96^2 \times 4000 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 (4000-1) + (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)} = 351$$

$$n = 351 \text{ clientes}$$

Figura n.º 1. Cálculo estadístico para determinar la muestra.



Fuente: La Contraloría General de la República
 Elaboración: Propia

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

La técnica es encuesta, (kuznik, Hurtado, & Espinal, 2015) afirman que "es una técnica de recogida de datos, una forma concreta, particular y practica de un procedimiento de investigación.

La herramienta es el cuestionario Servqual "El cuestionario constituye el instrumento de recogida de los datos donde aparecen enunciadas las preguntas de forma sistemática y ordenada". (Lopez & Roldan , 2015).

2.4. Procedimiento

Para determinar la validez del instrumento planteado, se consideró la revisión de este por parte de 3 expertos (docentes) de la facultad de Negocios de la Universidad Privada del Norte presentándoles un cuestionario sobre la calidad de servicio, la operacionalización de la variable y la ficha de evaluación; de los cuales se obtuvo una validez de 100% correspondiendo a una validez excelente.

Tabla n.º 2. Expertos participantes en validación de instrumento

VALIDADOR	GRADO	RESULTADO
Oscar Santamaría Castillo	Magister	Aplicable
Ramiro Rondon Tamayo	Magister	Aplicable
Cesar Augusto Smith Corrales	Magister	Aplicable
	Total	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

Tomando como población los estudiantes de las universidades privadas en el distrito de Los Olivos, nos hemos enfocado en los alumnos que trabajan con horario de estudio fin de semana, dando como resultado un total aproximado de 4000 alumnos. Teniendo esta información se procedió a calcular la muestra mediante el método estadístico brindado por la Contraloría general de la República, con un margen de error al 5% y con un 95% de nivel de confianza.

En el proceso de recolección de datos a través de encuestas presenciales realizadas a los estudiantes de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018 (UPN, UCV, UCH), de acuerdo a los resultados obtenidos se procedió a vaciar la información en una base de datos en Excel XLS, después se desarrolló los estadísticos de frecuencia y aplicación del programa SPSS25, para así poder obtener de manera gráfica cada uno de los resultados y dar respuesta a cada uno de nuestros objetivos planteados.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Prueba de validez de expertos

Tabla n.º 3. Prueba de congruencia de expertos.

PRUEBA DE CONGRUENCIA ENTRE LOS JUECES				
CRITERIOS	JUECES			VALOR DE P
	J1	J2	J3	
1	1	1	1	3
2	1	1	1	3
3	1	1	1	3
4	1	1	1	3
5	1	1	1	3
6	1	1	1	3
7	1	1	1	3
8	1	1	1	3
TOTAL	8	8	8	24

SI = 1	
NO = 0	
Ta = 24	
Td = 0	

$b = \frac{Ta}{Ta+Td} \times 100$	Ta = N° TOTAL DEACUERDO DE JUECES	ACEPTABLE= 70 %
	Td = N° TOTAL DEDESACUERDO DE JUECES	BUENO = 71% - 80 %
	b = % DEACUERDO ENTRE LOS JUECES	MUY BUENA = 81% - 90 %
	b = 100%	EXLENTE = 91% - 100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

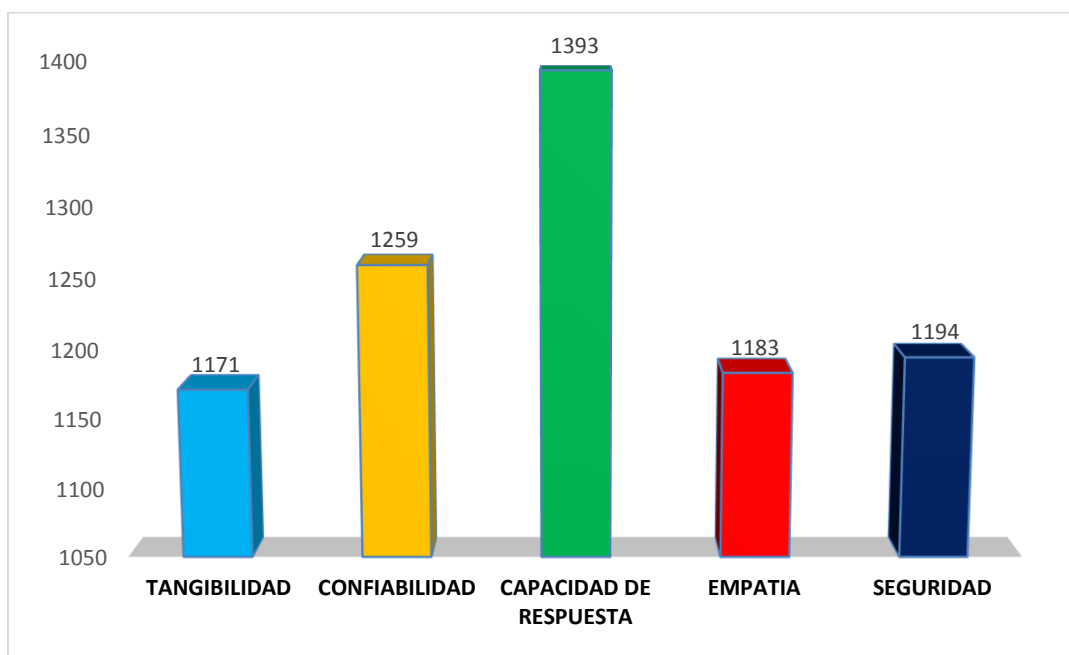
Según la Tabla n° 3 el cuadro de criterios podemos observar que la prueba de validez de los expertos es excelente ya que al reemplazar en la regla de tres simples es decir en la fórmula nos da un 100% lo que significa que estamos dentro de un rango de 91% a 100%, correspondiente a una validez excelente.

Resultados descriptivos (estadísticos)

En base a nuestro objetivo general y gracias a las encuestas realizadas tenemos como resultado que el nivel de dimensión con mayor incidencia en la calidad de servicio en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018 es Tangibilidad que dio un total de 1171 puntos, seguido de empatía con 1183 puntos, seguridad 1194 puntos, confiabilidad 1259 puntos y por último capacidad de respuesta quien obtuvo un total de 1393 puntos.

DIMENSIÓN DE MAYOR INCIDENCIA

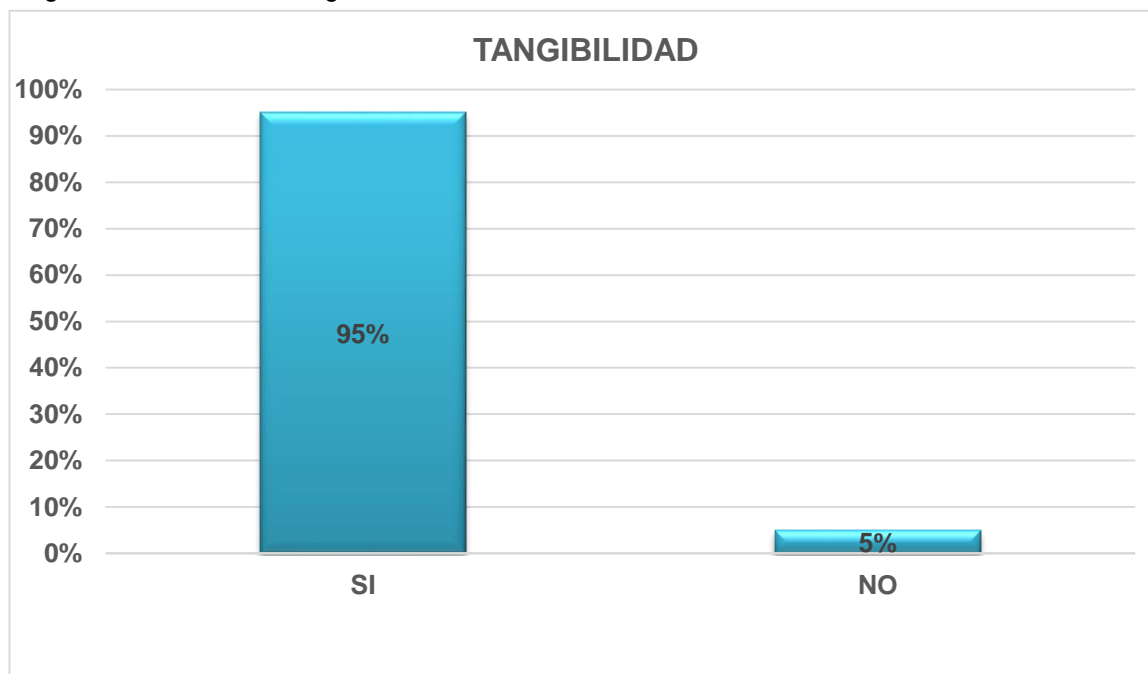
Figura n.º 2. Dimensión de mayor incidencia.



Elaboración: Propia.

Según figura n.º 2. La dimensión de mayor incidencia es tangibilidad con un total de 1171 puntos.

Figura n.º 3. Nivel de Tangibilidad



Elaboración: Propia.

Según figura n.º 3 el 95% de respuestas fueron afirmativas “SI” y un 5% respondieron “NO”, con respecto a las preguntas realizadas en las encuestas del nivel de tangibilidad.

Tabla n.º 4. Resultado del indicador de Comodidad de las instalaciones y limpieza.

¿Las instalaciones del Concesionario de alimentos son cómodas y limpias?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	322	92 %	92 %	92 %
	NO	29	8 %	8 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 4 el 92% de alumnos afirman que las instalaciones son cómodas y limpias y el 8% indican lo contrario.

Tabla n.º 5. Resultado del indicador de Empleados con apariencia pulcra

¿Los Empleados del Concesionario de alimentos tienen apariencia pulcra?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	288	82 %	82 %	82 %
	NO	63	18 %	18 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 5 el 82% de alumnos afirman que los empleados tienen apariencia pulcra y el 18% indican lo contrario.

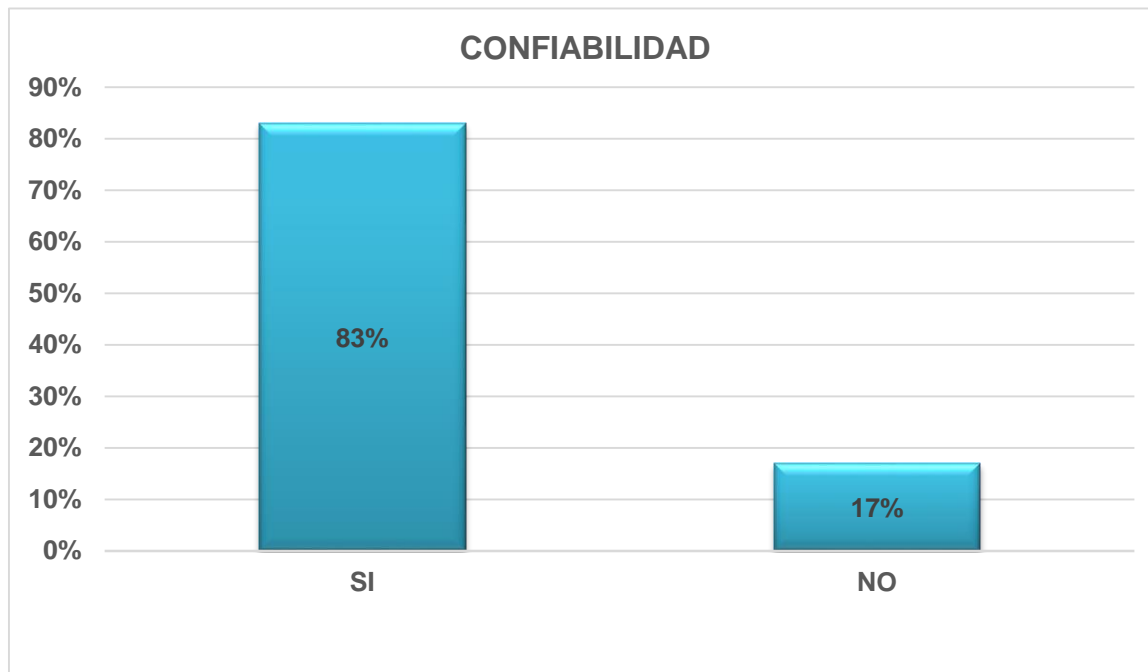
Tabla n.º 6. Resultado del indicador de Equipos de comunicación e infografía atractivos con detalles precisos.

¿Los equipos de comunicación e infografía son atractivos y con detalles precisos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	325	93 %	93 %	93 %
	NO	26	7 %	7 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: Propia.

Según tabla n.º 6 el 93% de alumnos afirman que los equipos de comunicación e infografía son atractivos y con detalles precisos y el 7% indican lo contrario.

Figura n.º 4. Nivel de Confiabilidad.



Elaboración: propia.

Según figura n.º 4 el 83 % de respuestas fueron afirmativas “SI” y un 17% respondieron “NO”, con respecto a las preguntas realizadas en las encuestas del nivel de confiabilidad.

Tabla n.º 7. Resultado del indicador de Soluciones sinceras de los problemas de los clientes.

¿Cuándo un cliente tiene un problema, el Concesionario muestra un sincero interés de solucionarlo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	251	71,5 %	71,5 %	71,5 %
	NO	100	28,5 %	28,5 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 7 el 71.5 % de alumnos afirman que el concesionario de alimentos muestra un sincero interés de solucionar los problemas y el 28.5% que indican lo contrario.

Tabla n.º 8. Resultado del indicador de Realización del servicio bien a la primera vez.

¿El Concesionario de alimentos realiza bien el servicio la primera vez?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	315	90 %	90 %	90 %
	NO	36	10 %	10 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 8 el 90% de alumnos afirman que el concesionario de alimentos realiza bien el servicio la primera vez y el 10% que indican lo contrario.

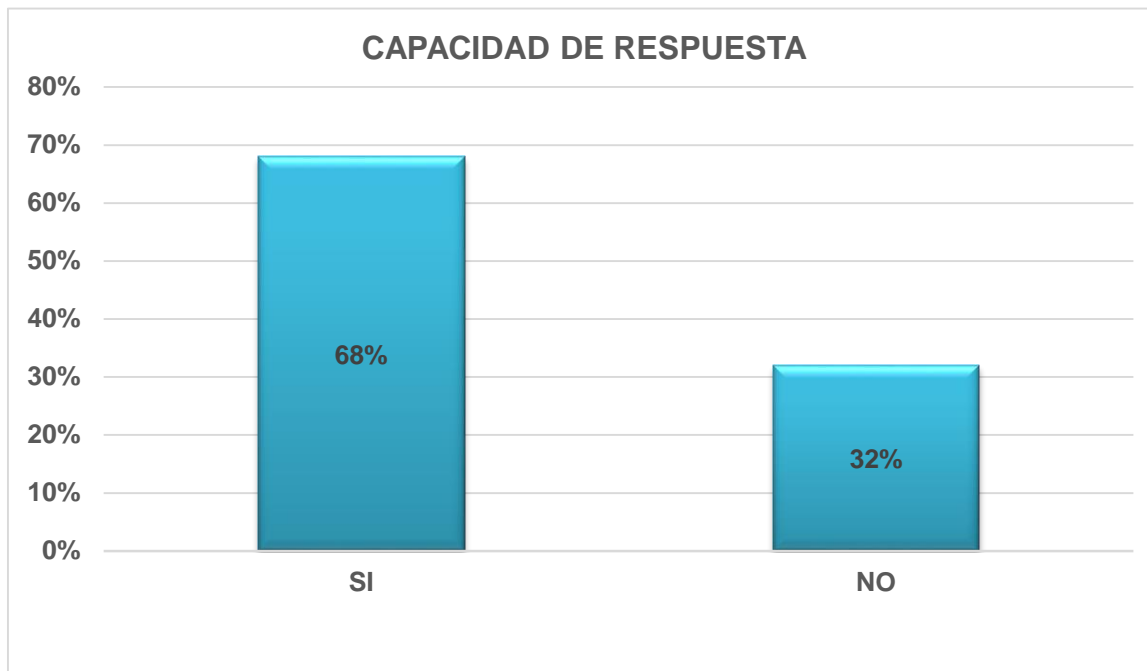
Tabla n.º 9. Resultado del indicador de Conclusión del servicio en el tiempo adecuado.

¿La Concesionaria de alimentos concluye el servicio en el tiempo adecuado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	281	80 %	80 %	80 %
	NO	70	20 %	20 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 9 el 80% de alumnos afirman que el concesionario de alimentos concluye el servicio en el tiempo adecuado y el 20% que indican lo contrario.

Figura n.º 5. Nivel de Capacidad de respuesta.



Elaboración: propia.

Según figura n.º 5 el 68% de respuestas fueron afirmativas “SI” y un 32% respondieron “NO”, con respecto a las preguntas realizadas en las encuestas del nivel de capacidad de respuesta.

Tabla n.º 10. Resultado del indicador de Empleados comunicativos.

¿Los empleados del Concesionario de alimentos son comunicativos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	268	76 %	76 %	76 %
	NO	83	24 %	24 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 10 el 76% de alumnos afirman que los empleados del concesionario de alimentos son comunicativos y el 24 % indican lo contrario.

Tabla n.º 11. Resultado del indicador de Rapidez de servicio y calidad según necesidades.

¿Los empleados del Concesionario de alimentos ofrecen un servicio rápido y de calidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	205	58 %	58 %	58 %
	NO	146	42 %	42 %	100,0
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 11 el 58% de alumnos afirman que los empleados del concesionario de alimentos ofrecen un servicio rápido y de calidad el 42% indican lo contrario.

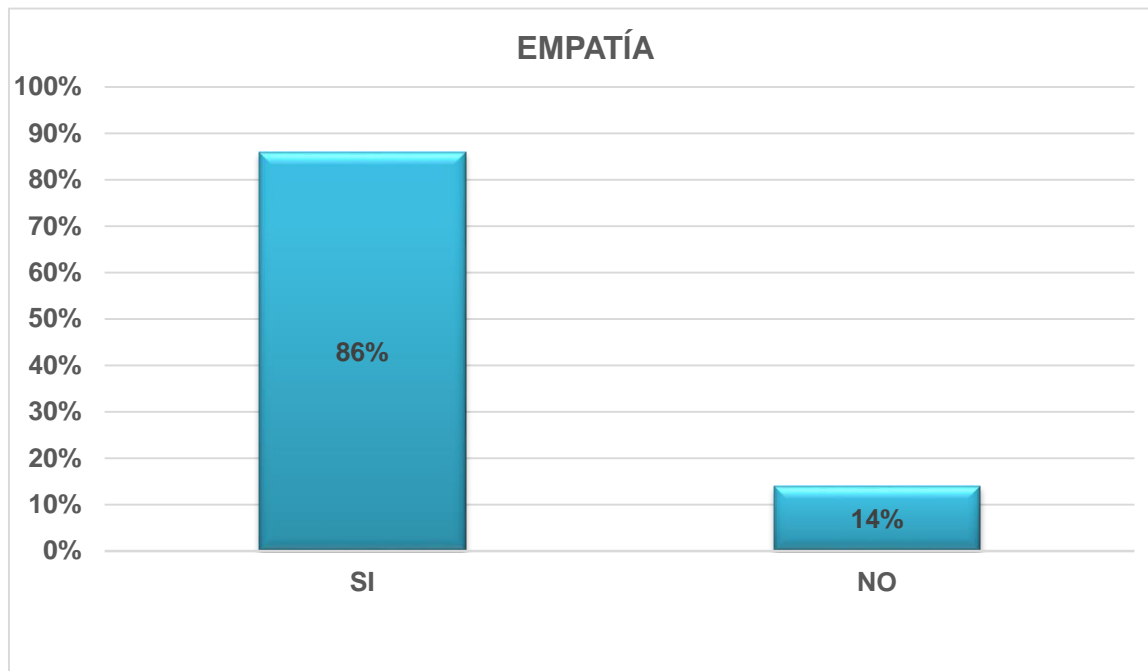
Tabla n.º 12. Resultado del indicador de Empleados con disposición a ayudar a sus clientes.

¿Los empleados del Concesionario de alimentos siempre están dispuestos de ayudar a sus clientes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	240	68 %	68 %	68 %
	NO	111	32 %	32 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 12 el 68% de alumnos afirman que los empleados del concesionario de alimentos siempre están dispuestos de ayudar a sus clientes el 32% indican lo contrario.

Figura n.º 6.. Nivel de empatía.



Elaboración: propia.

Según figura n.º 6 el 86 % de respuestas fueron afirmativas “SI” y un 14% respondieron “NO”, con respecto a las preguntas realizadas en las encuestas del nivel de empatía.

Tabla n.º 23. Resultado del indicador de Atención en forma individualizada a los clientes.

¿El Concesionario de alimentos ofrece a sus clientes una atención individualizada?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	325	93 %	93 %	93 %
	NO	26	7 %	7 %	100 %
Total		351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 13 el 93% de alumnos afirman que el concesionario de alimentos ofrece a sus clientes una atención individualizada y el 7% indican lo contrario.

Tabla n.º 14. Resultado del indicador de Horarios flexibles y adaptados a los clientes.

¿El Concesionario de alimentos tiene horarios de trabajo flexible y adaptado a los clientes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	329	94 %	94 %	94 %
	NO	22	6 %	6 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 14 el 94 % de alumnos afirman que el concesionario de alimentos tiene horarios de trabajo flexible y adaptable y el 6% indican lo contrario.

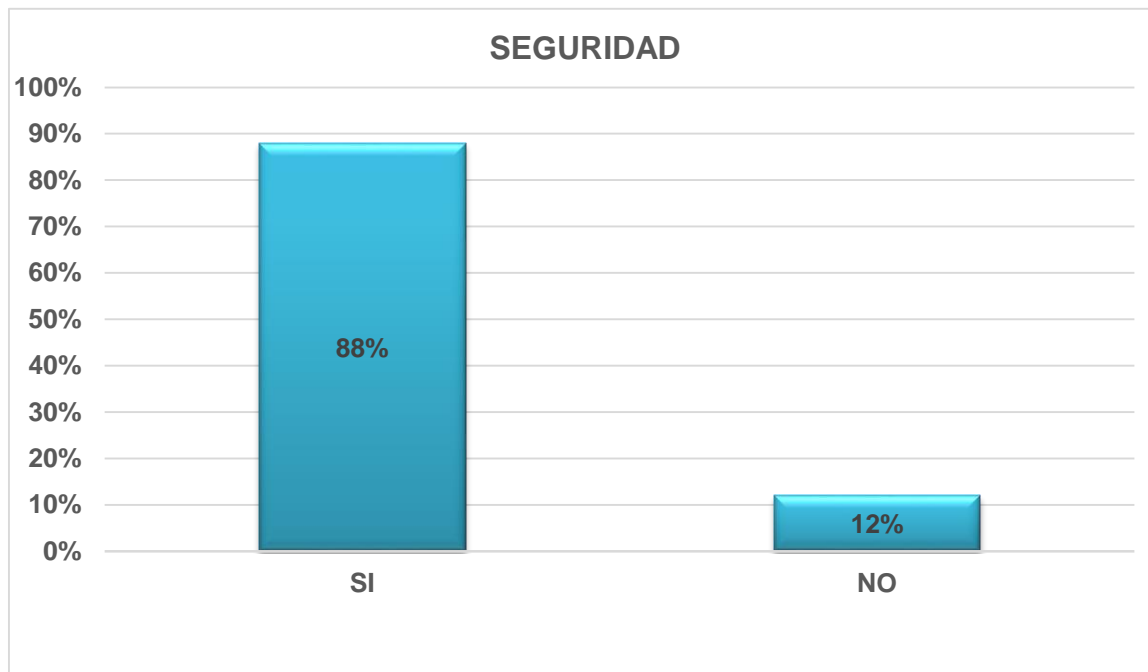
Tabla n.º 15. Resultado del indicador de Comprensión de las necesidades específicas de los clientes.

¿El Concesionario de alimentos comprende las necesidades específicas de sus clientes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	269	77 %	77 %	77 %
	NO	82	23 %	23 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 15 el 77% de alumnos afirman que el concesionario de alimentos comprende las necesidades específicas de sus clientes y el 23% indican lo contrario.

Figura n.º 7. Nivel de Seguridad.



Elaboración: propia.

Según figura n.º 7 el 88 % de respuestas fueron afirmativas “SI” y un 12% respondieron “NO”, con respecto a las preguntas realizadas en las encuestas del nivel de seguridad.

Tabla n.º 16. Resultado del indicador de Empleados que transmiten confianza a clientes.

¿El Concesionario de alimentos transmite confianza a sus clientes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	297	85 %	85 %	85 %
	NO	54	15 %	15 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 16 el 85% de alumnos afirman que el concesionario de alimentos transmite confianza y el 15% indican lo contrario.

Tabla n.º 17. Resultado del indicador de Seguridad en las transacciones de los clientes.

¿Los clientes se sienten seguros en sus transacciones y pagos en el Concesionario de alimentos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	313	89 %	89 %	89 %
	NO	38	11 %	11 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 17 el 89% de alumnos afirman que se sienten seguros en realizar sus transacciones y pagos en el concesionario de alimentos el 11% indican lo contrario.

Tabla n.º 18. Resultado del indicador de Conocimientos para responder con claridad y en forma precisa.

¿Los empleados del Concesionario tienen conocimientos suficientes para responder con claridad y en forma precisa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	302	86 %	86 %	86 %
	NO	49	14 %	14 %	100 %
	Total	351	100 %	100 %	

Elaboración: propia.

Según tabla n.º 18 el 86% de alumnos afirman que los empleados del concesionario tienen conocimientos suficientes para responder con claridad y en forma precisa y el 14% indican lo contrario.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

De acuerdo con los hallazgos al emplear los instrumentos diseñados para la presente investigación, siendo el objetivo general determinar el nivel de las dimensiones de mayor incidencia en la calidad de servicio en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018, se establece que al realizar el análisis descriptivo de la investigación, Tangibilidad dio un total de 1171 puntos, seguido de empatía con 1183 puntos, seguridad 1194 puntos, confiabilidad 1259 puntos y por último capacidad de respuesta quien obtuvo un total de 1393 puntos.

Al revisar estudios previos, la investigación realizada por Sánchez (2017) presenta resultados disímiles, que consistía en evaluar la calidad del servicio al cliente mediante el método ServQual en el restaurante Pizza Burger Diner ubicado en Gualan, Zacapa, resalta que no existe calidad en el servicio existen discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan. Esta situación contradictoria entre los resultados de ambos estudios puede ser entendido de acuerdo con el contexto geográfico en donde se han desarrollado las investigaciones, siendo casos de Perú y Guatemala.

Siendo el objetivo específico determinar el nivel del indicador de tangibilidad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018, se establece que esta dimensión tiene un total de 1171 puntos demostrando que el concesionario cuenta con ambientes agradables, cómodos y limpios a gusto del cliente.

De acuerdo a las preguntas formuladas ¿Las instalaciones del Concesionario de alimentos son cómodas y limpias? Según tabla n.º2 el 92% de alumnos afirman que las instalaciones son cómodas y limpias y el 8% indican lo contrario. ¿Los Empleados del Concesionario de alimentos tienen apariencia pulcra? Según tabla n.º3 el 82% de alumnos afirman que los empleados tienen apariencia pulcra y el 18% indican lo contrario. ¿Los equipos de comunicación e infografía son atractivos y con detalles precisos? Según tabla n.º 4 el 93% de alumnos afirman que los equipos de comunicación e infografía son atractivos y con detalles precisos y el 7% indican lo contrario.

Al revisar estudios previos, la investigación realizada por Vargas (2016) presenta resultados disímiles, que consistía en mejorar el desempeño de la organización, controlar los niveles de inocuidad de los productos y facilitar el control de las operaciones en una

empresa concesionaria de alimentos, resalta que la empresa está orientada principalmente a la evaluación y fallos, destinando pocos esfuerzos en la prevención de la calidad.

Siendo el objetivo específico determinar el nivel del indicador de confiabilidad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018, se establece que esta dimensión tiene un total de 1259 puntos los cuales confirman la capacidad que tiene el personal para brindar un correcto servicio, teniendo en cuenta los posibles problemas que se puedan presentar.

De acuerdo a las preguntas formuladas ¿Cuándo un cliente tiene un problema, el Concesionario muestra un sincero interés de solucionarlo? Según tabla n.º 5 el 71.5 % de alumnos afirman que el concesionario de alimentos muestra un sincero interés de solucionar los problemas y el 28.5% que indican lo contrario. ¿El Concesionario de alimentos realiza bien el servicio la primera vez? Según tabla n.º 6 el 90% de alumnos afirman que el concesionario de alimentos realiza bien el servicio la primera vez y el 10% que indican lo contrario. ¿El Concesionario de alimentos concluye el servicio en el tiempo adecuado? Según tabla n.º 7 el 80% de alumnos afirman que el concesionario de alimentos concluye el servicio en el tiempo adecuado y el 20% que indican lo contrario.

Asimismo, resaltan investigaciones que presentan resultados disímiles como la de Solís (2017) que consistía en proponer un plan de mejora en calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos, 2017, resalta que el problema identificado está relacionado con el servicio al cliente y fidelización, para dar solución se plantean actividades para mejorar la calidad de servicio, lo cual consistió en elaborar un manual de organizaciones y funciones se propone un programa para fidelizar al cliente e incrementar las ventas y obtener mayor rentabilidad.

Siendo el objetivo específico determinar el nivel del indicador de empatía en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018, se establece que esta dimensión tiene un total de 1183 puntos los cuales indican que los empleados poseen esta habilidad de ponerse en lugar del cliente y saberlo escuchar, ofreciéndole una atención personalizada.

De acuerdo a las preguntas formuladas ¿El Concesionario de alimentos ofrece a sus clientes una atención individualizada? Según tabla n.º 11 el 93% de alumnos afirman que el concesionario de alimentos ofrece a sus clientes una atención individualizada y el 7% indican lo contrario. ¿El Concesionario de alimentos tiene horarios de trabajo flexible y adaptado a los clientes? Según tabla n.º 12 el 94 % de alumnos afirman que el concesionario de alimentos tiene horarios de trabajos flexibles y adaptables y el 6% indican lo contrario. ¿El Concesionario de alimentos comprende las necesidades específicas de sus clientes?

Según tabla n.º 13 el 77% de alumnos afirman que el concesionario de alimentos comprende las necesidades específicas de sus clientes y el 23% indican lo contrario.

Al revisar estudios previos, la investigación realizada por (Lopez, 2018) presenta resultados disimiles, en donde se utilizó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's, se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal.

Siendo el objetivo específico determinar el nivel del indicador de Seguridad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018, se establece que esta dimensión tiene un total de 1194 puntos los cuales indican que los empleados demuestran las destrezas que tienen y así inspira credibilidad, confianza al realizar sus operaciones en las instalaciones del concesionario.

De acuerdo a las preguntas formuladas ¿El Concesionario de alimentos transmite confianza a sus clientes? Según tabla n.º 14 el 85% de alumnos afirman que el concesionario de alimentos transmite confianza y el 15% indican lo contrario. ¿Los clientes se sienten seguros en sus transacciones y pagos en el Concesionario de alimentos? Según tabla n.º 15 el 89% de alumnos afirman que se sienten seguros en realizar sus transacciones y pagos en el concesionario de alimentos el 11% indican lo contrario. ¿Los empleados del Concesionario tienen conocimientos suficientes para responder con claridad y en forma precisa? Según tabla n.º 16 el 86% de alumnos afirman que los empleados del concesionario tienen conocimientos suficientes para responder con claridad y en forma precisa y el 14% indican lo contrario.

Al revisar estudios previos, la investigación realizada por Aparicio & Ávila (2014) presenta resultados disimiles, en donde consistía en evaluar el porcentaje de adecuación del aporte nutricional de los almuerzos brindados por un concesionario a estudiantes de 18 a 29 años de una Universidad Privada – Surco, se desarrolló un estudio descriptivo prospectivo transversa, se obtuvo como resultados en la muestra evaluada que la energía en los tres tipos de menús del almuerzo sobrepasa en el porcentaje de adecuación, así como una dieta no equilibrada.

Siendo el objetivo específico determinar el nivel del indicador de capacidad de respuesta en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018, se establece que esta dimensión tiene un total de 1393 puntos los cuales indican que los empleados son comunicativos y tratan de dar un servicio rápido y de calidad, tener en cuenta que en los momentos de alta afluencia de público es en los horarios de almuerzo ocasionando demora en la atención.

De acuerdo a las preguntas formuladas ¿Los empleados del Concesionario de alimentos son comunicativos? Según tabla n.º 8 el 76% de alumnos afirman que los empleados del concesionario de alimentos son comunicativos y el 24 % indican lo contrario. ¿Los empleados del Concesionario de alimentos ofrecen un servicio rápido y de calidad? Según tabla n.º 9 el 58% de alumnos afirman que los empleados del concesionario de alimentos ofrecen un servicio rápido y de calidad el 42% indican lo contrario. ¿Los empleados del Concesionario de alimentos siempre están dispuestos de ayudar a sus clientes? Según tabla n.º 10 el 68% de alumnos afirman que los empleados del concesionario de alimentos siempre están dispuestos de ayudar a sus clientes el 32% indican lo contrario.

Asimismo, resaltan investigaciones que presentan resultados disímiles como la de (Lopez, 2018) que consistía en un estudio de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil, utilizando el modelo Servqual, dando como resultado una insatisfacción con la dimensión de respuesta inmediata. Se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

4.2 Conclusiones

La aplicación de la encuesta dicotómico sobre concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos, determino que la calidad de servicio a los consumidores universitarios es buena, ya que se obtuvo como resultado la mayor cantidad de respuestas positivas.

Se concluye que el nivel del indicador de tangibilidad en el concesionario de alimentos de las instituciones privada universitarias en el distrito de Los Olivos 2018 es de 1171.

Se concluye que el nivel del indicador de Empatía en el concesionario de alimentos de las instituciones privada universitarias en el distrito de Los Olivos 2018 es de 1183 puntos.

Se concluye que el nivel del indicador de Seguridad en el concesionario de alimentos de las instituciones privada universitarias en el distrito de Los Olivos 2018 es de 1194 puntos.

Se concluye que el nivel del indicador de Confiabilidad en el concesionario de alimentos de las instituciones privada universitarias en el distrito de Los Olivos 2018 es de 1259 puntos.

Se concluye que el nivel del indicador de Capacidad de respuesta en el concesionario de alimentos de las instituciones privada universitaria en el distrito de Los Olivos 2018 es de 1393 puntos.

Se recomienda tener mayor consideración con respecto a la dimensión de capacidad de respuesta ya que algunos comensales indican que los empleados no son comunicativos, no ofrecen un servicio rápido y de calidad según sus necesidades y por último que los empleados no cuentan con mayor disposición para ayudar a los clientes.

REFERENCIAS

- Aparicio, V. & Ávila, A. (2014). *Aporte nutricional de los almuerzos brindados por un concesionario a estudiantes universitarios*. (Tesis de licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/338199/APARICIO_CAMARGO_V+y+AVILA_TIJERO_A..pdf;jsessionid=AB4783BBED972D5D58B42DF41C304F8E?sequence=1
- Armstrong, & Kotler. (2008). *Fundamentos de Marketing*. (8.ª ed.) México: Pearson Educación de México.
- Baptista, et al. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill. Recuperado de <https://ramonchung.wordpress.com/2014/09/08/las-escalas-de-medicion-y-el-analisis-descriptivo-de-los-datos/>
- Cedeño, R & Carcaces, J. (2010). La calidad en los servicios de transporte. Eumed. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2010a/cmcd.htm>
- Fisher, L & Navarro, V. (1994). *Introducción a la investigación de mercado*. México: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1372/clientes-logisticos.html>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). Metodología de la investigación. México. Recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Jimenez, C. (2017). *La historia del servicio de atención al cliente en 500 palabras*. Brand Embassy. Recuperado de <https://www.brandembassy.com/resources/blog/la-historia-del-servicio-de-atenci%C3%B3n-al-cliente>
- Kuznik, A., Hurtado, A., & Espinal, A. (2015). *El uso de la encuesta tipo social en traductología. características metodológicas*. Universidad Autónoma de Barcelona, España. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16450/1/MonTI_2_15.pdf

- Lopez, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de Maestria). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Lopez, P. & Roldan, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona, España. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Lovelock, C. (1983). Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights. *Journal of Marketing*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/818/81802505/>
- Matsumoto, R. (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005
- Parasuraman, A. Berry, L. & Zeithaml, V. (1985) A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>
- Sánchez, A. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de Gualan, Zacapa*. (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Sarduy, Y. (2006). *El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa*. En revista Cubana de Salud Publica. Cuba. Scielo. Recuperado de https://www.scielosp.org/scielo.php?pid=S0864-34662007000300020&script=sci_arttext&tlng=pt
- Silva, C. (2013). *Diseño de un sistema de mejoramiento y medición continua de calidad de servicio para restaurantes*. (Tesis de licenciatura). Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113356/Diseno-de-un-sistema-de-mejoramiento-y-medicion-continua-de-calidad-de-servicio-para.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

- Solís, H. (2017). *Mejora de la Calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos 2017*. (Tesis de licenciatura). Universidad Norbert Wiener, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/913/TITULO%20-%20Sol%C3%ADs%20Rivera%2C%20Haydee.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Van, D. & Meyer, W. (2006). *La investigación descriptiva*. Recuperado de <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Vargas, L. (2016). *Planificación del sistema de gestión de la calidad basada en la norma ISO 9001:2008 para una empresa concesionaria de alimentos*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2206/E20-V372-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Wigodski, J. (14 de julio de 2010). *Población y muestra*. En Blog: Metodología de la investigación. Recuperada de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

ANEXOS

Anexo n.º 1 Cuestionario.

ENCUESTA DE CALIDAD DE SERVICIO EN EL CONCESIONARIO DE ALIMENTOS DE LAS INSTITUCIONES UNIVERITARIAS PRIVADAS EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS 2018.		
Instrucciones: El propósito de esta encuesta es elaborar una tesis acerca de la calidad de servicio del Concesionario de alimentos que ofrece a los clientes.		
PROCESO		
Por favor pedimos su ayuda para que conteste algunas preguntas que tomarán por lo menos 3 minutos. Las respuestas serán confidenciales y anónimas. Te solicitamos que respondas este cuestionario con sinceridad.		
INFORMACIÓN OBJETIVA		
Lea cuidadosamente cada proposición y MARQUE CON UNA "X" DONDE CORRESPONDA sólo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Responda todas las proposiciones, no hay respuestas buenas, ni malas.	SI	NO
TANGIBILIDAD		
1	¿Las instalaciones del Concesionario de alimentos son cómodas y limpias?	
2	¿Los Empleados del Concesionario de alimentos tienen apariencia pulcra?	
3	¿Los equipos de comunicación e infografía son atractivos y con detalles precisos?	
CONFIABILIDAD		
4	¿Cuando un cliente tiene un problema, el Concesionario muestra un sincero interés de solucionarlo?	
5	¿El Concesionario de alimentos realiza bien el servicio la primera vez?	
6	¿El Concesionario de alimentos concluye el servicio en el tiempo adecuado?	
CAPACIDAD DE RESPUESTA		
7	¿Los empleados del Concesionario de alimentos son comunicativos?	
8	¿Los empleados del Concesionario de alimentos ofrecen un servicio rápido y de calidad?	
9	¿Los empleados del Concesionario de alimentos siempre están dispuestos de ayudar a sus clientes?	
EMPATIA		
10	¿El Concesionario de alimentos ofrece a sus clientes una atención individualizada?	
11	¿El Concesionario de alimentos tiene horarios de trabajo flexibles y adaptados a los clientes?	
12	¿El Concesionario de alimentos comprende las necesidades específicas de sus clientes?	
SEGURIDAD		
13	¿El Concesionario de alimentos transmite confianza a sus clientes?	
14	¿Los clientes se sienten seguros en sus transacciones y pagos en el Concesionario de alimentos?	
15	¿Los empleados del Concesionario tienen conocimientos suficientes para responder con claridad y en forma precisa?	

Anexo n.º 2 Matriz de operacionalización de variable

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE				
VARIABLE	DIMENSIONES		INDICADORES	PREGUNTAS
CALIDAD DE SERVICIO La calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el cliente compara sus expectativas frente a lo que percibe. (Matsumoto, 2014).	TANGIBILIDAD son todos aquellos elementos físicos que tiene cada empresa para brindar productos y servicios. Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1985).	1	Comodidad de instalaciones y limpieza	¿Las instalaciones del Concesionario de alimentos son cómodas y limpias?
		2	Empleados con apariencia pulcra	¿Los Empleados del Concesionario de alimentos tienen apariencia pulcra?
		3	Equipos de comunicación e infografía atractivos con detalles precisos.	¿Los equipos de comunicación e infografía son atractivos y con detalles precisos?
	CONFIABILIDAD capacidad que tiene el personal para brindar un correcto servicio prometido de forma íntegra y honrada. Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1985).	4	Soluciones sinceras de los problemas de los clientes	¿Cuando un cliente tiene un problema, el Concesionario muestra un sincero interés de solucionarlo?
		5	Realización del servicio bien a la primera vez	¿El Concesionario de alimentos realiza bien el servicio la primera vez?
		6	Conclusión del servicio en el tiempo adecuado.	¿La Concesionario de alimentos concluye el servicio en el tiempo adecuado?
	CAPACIDAD DE RESPUESTA es cuando el personal tiene y brinda disponibilidad y voluntad para ayudar, proporcionando un servicio rápido y eficiente. Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1985).	7	Empleados comunicativos	¿Los empleados del Concesionario de alimentos son comunicativos?
		8	Rapidez de servicio y calidad según necesidades	¿Los empleados del Concesionario de alimentos ofrecen un servicio rápido y de calidad ?
		9	Empleados con disposición a ayudar a sus clientes	¿Los empleados del Concesionario de alimentos siempre están dispuestos de ayudar a sus clientes?
		10	Atención en forma individualizada a los clientes	¿El Concesionario de alimentos ofrece a sus clientes una atención individualizada?
		11	Horarios flexibles y adaptados a los clientes	¿El Concesionario de alimentos tiene horarios de trabajo flexibles y adaptados a los clientes?
		12	Comprensión de las necesidades específicas de los clientes	¿El Concesionario de alimentos comprende las necesidades específicas de sus clientes?
	SEGURIDAD son los conocimientos y atención que manifiestan los empleados para demostrar las destrezas que tienen y así inspirar confianza. Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1985).	13	Empleados que transmiten confianza a clientes	¿El Concesionario de alimentos transmite confianza a sus clientes?
		14	Seguridad en las transacciones de clientes	¿Los clientes se sienten seguros en sus transacciones y pagos en el Concesionario de alimentos?
		15	Conocimientos para responder con claridad y en forma precisa	¿Los empleados del Concesionario tienen conocimientos suficientes para responder con claridad y en forma precisa?

Anexo n.º 3 Matriz de consistencia.

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
Título: “LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL CONCESIONARIO DE ALIMENTOS DE LAS INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS PRIVADAS EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS 2018”					
PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	
GENERAL	GENERAL	CALIDAD DE SERVICIO	TANGIBILIDAD	Comodidad de instalaciones, atractivas y limpieza	
¿Cuáles es la dimensión de mayor incidencia en la calidad de servicio en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018?	Determinar la dimensión de mayor incidencia en la calidad de servicio en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.				Empleados con apariencia pulcra
					Equipos de comunicación e infografía atractivos con detalles precisos.
ESPECIFICOS	ESPECIFICOS			CONFIABILIDAD	Soluciones sinceras de los problemas de los clientes
¿Cuál es el nivel de tangibilidad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018?	Determinar el nivel de tangibilidad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.				Realización del servicio bien a la primera vez
					Conclusión del servicio en el tiempo adecuado.
¿Cuál es el nivel de confiabilidad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018?	Determinar el nivel de confiabilidad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.			CAPACIDAD DE RESPUESTA	Empleados comunicativos
					Rapidez de servicio y calidad según necesidades
					Empleados con disposición a ayudar a sus clientes
¿Cuál es el nivel de capacidad de respuesta en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018?	Determinar el nivel de capacidad de respuesta en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.			EMPATIA	Atención en forma individualizada a los clientes
				Horarios flexibles y adaptados a los clientes	
¿Cuál es el nivel de empatía en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018?	Determinar el nivel de empatía en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.			Comprensión de las necesidades específicas de los clientes	
¿Cuál es el nivel de seguridad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018?	Determinar el nivel de seguridad en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el distrito de Los Olivos 2018.		SEGURIDAD	Empleados que transmiten confianza a clientes	
				Seguridad en las transacciones de clientes	
				Conocimientos para responder con claridad y en forma precisa	

Anexo n.º 4: Validez experto 1

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: SANTAMARÍA CASTILLO, OSCAR

TITULO Y GRADO

Ph D () Doctor () Magister () Licenciado (X) Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA: UPN

FECHA: 07-DICIEMBRE-2018


"La calidad de servicio en el concesionario de alimentos de las instituciones universitarias privadas en el Distrito de los olivos 2018"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	X		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	X		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	X		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
TOTAL				

Sugerencias: AHONDAR EN ASPECTOS DEL SERVICIO RELACIONADO CON SATISFACCION DE NECESIDADES Y COBERTURA EXPECTATIVA

Firma del Experto:


 Nombres y Apellidos

Anexo n.º 5: Validez experto 2

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: **RONDON TAMAYO RAMIRO**

TITULO Y GRADO

Ph D () Doctor () Magíster (**X**) Licenciado () Otros

UNIVERSIDAD QUE LABORA: **UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE**

FECHA: **07/12/2018**

TITULO DE LA INVESTIGACION

“LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL CONCESIONARIO DE ALIMENTOS DE LAS INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS PRIVADAS EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS 2018”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	X		
2	¿La variable de estudio se relaciona con el instrumento de recolección de datos?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	X		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	X		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
TOTAL				

Sugerencias: ES CONGRUENTE CON EL CUESTIONARIO SERVQUAL COMO HERRAMIENTA ESTANDARIZADA.

Firma del Experto:



RAMIRO RONDON TAMAYO
DOCENTE TP-WA-UPN

Anexo n.º 6: Validez experto 3

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: SHITH Cephus CASA Augusto

TITULO Y GRADO

Ph.D. | | Doctor | | Magister | | Licenciado | | Otro (Especifique): _____

UNIVERSIDAD QUE LABORA: USMP

FECHA: _____


TITULO DE LA INVESTIGACION

"LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL CONCESIONARIO DE ALIMENTOS DE INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS 2018"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando una "X" en las casillas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la concreción de los ítems, indicar sus observaciones y sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACION
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	✓		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	✓		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	✓		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para sus contestes y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
TOTAL				

Sugerencias: _____

Firma del Experto: 

Nombres y Apellidos